

---

## **Pubblicità: Aiart, "no a spot che ignorano il Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale"**

"La libertà è anche sensibilità e rispetto, che non ha nulla a che vedere con la volgarità. L'ultimo spot di Jeep Renegade sembra ignorarlo. Eppure il Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale lo specifica chiaramente: 'La comunicazione commerciale non deve contenere affermazioni o rappresentazioni tali che, secondo il gusto e la sensibilità dei consumatori, debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti'. Qual è il limite preciso in cui la volgarità e l'indecenza possono essere considerate accettabili?". Così l'Aiart interviene sull'inopportunità di uno spot banale costruito con immagini forzate di animali in gesti spontanei (o rielaborate graficamente?) che annienta la dignità e il valore degli animali. "Fatichiamo ad accettare - precisa il presidente nazionale Aiart, Giovanni Baggio - una narrazione che mette in scena in maniera così esasperata immagini demenziali, ricorrendo al marketing emozionale con il solo scopo di coinvolgere la sfera emotiva dello spettatore". "Si percepisce il difficile sforzo creativo dei pubblicitari - conclude il presidente - che non sanno più cosa inventarsi per lasciare il segno nel costante flusso informativo che tutti travolge e in cui è sempre più difficile farsi notare" Quale sarebbe il valore aggiunto per chi acquista la Jeep Renegade? Fino a che punto può spingersi uno spot pubblicitario? E ancora, siamo certi che sia questa la strada giusta per vendere di più? Domande lecite che l'associazione cittadini mediati inoltra anche agli stessi pubblicitari e che sollevano questioni delicate come quella dello sfruttamento degli animali; dell'inesistenza di regole precise per l'impiego degli animali nelle pubblicità e nello spettacolo oltre che una presa di coscienza sugli effetti di questa disinformazione.

Gigliola Alfaro